

## PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT MAHASISWI UNIVERSITAS TADULAKO MEMBELI LIPSTIK MEREK *LA TULIPE*

DITA AMALIAH  
WAHYUNINGSIH

SYAMSUL BAHRI DG. PARANI

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tadulako

Email : [amaliahdita@gmail.com](mailto:amaliahdita@gmail.com)

### *Abstract*

*The purpose of this study is to learn and increase student's interest in Tadulako University on purchasing brand lipstick La Tulipe. The variables of this research are attitude ( $X_1$ ) and subjective norm ( $X_2$ ), and the dependent variable is interest ( $Y$ ). The research method used in this study is descriptive causal method with 61 sample and purposive sampling technique and method of analysis, Multiple Linear Regression with the help of computer program SPSS for windows, Release 16.0. The results showed that : 1). Subjective Attitudes and Norms Simultaneously Significantly Affects Student Interest The University of Tadulako buys La Tulipe brand lipstick; 2). Attitudes partially significant effect on Student Interest Tadulako University bought brand lipstick La Tulipe; 3). Subjective Norms partially significant effect on Student Interest University Tadulako buy brand lipstick La Tulipe.*

**Keyword:** *Attitude, Subjective Norms, Interests*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap dan norma subyektif secara serempak dan parsial terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Variabel penelitian ini yaitu sikap ( $X_1$ ) dan norma subyektif ( $X_2$ ). Sedangkan variabel dependen yaitu minat ( $Y$ ). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kausal dengan jumlah sampel 61 orang dengan teknik *purposive sampling* dan Metode analisis, Regresi Linear Berganda dengan bantuan program komputer SPSS for windows, Release 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Sikap dan Norma Subyektif secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*; 2). Sikap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*; 3). Norma Subyektif secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

**Kata Kunci:** **Sikap, Norma Subyektif, Minat**

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berkembang dilihat sebagai pasar potensial yang memiliki pertumbuhan. Kondisi ini sangat dimanfaatkan oleh produsen kosmetik. Jumlah penduduk di Indonesia sekitar 261,1 juta jiwa dan sifat konsumen Indonesia yang konsumtif, menjadikan Indonesia pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik. Saat ini perkembangan industri kosmetik Indonesia tergolong solid (Dunia Industri Kosmetik).

Salah satu jenis industri yang termasuk sektor industri kosmetik adalah industri lipstik, industri ini sangat penting karena hampir semua wanita memakai lipstik. Pada umumnya lipstik selalu hadir dalam tas wanita selain bedak wajah, maka hal tersebut merupakan potensi bagi industri lipstik dalam meningkatkan jumlah penjualannya di pasaran. Lipstik merek *La Tulipe* merupakan salah satu merek lipstik buatan lokal yang sudah lama terkenal di Indonesia. Bagi para pencinta lipstik tentunya tidak asing dengan lipstik merek *La Tulipe*, karena lipstik merek ini pertama kali diluncurkan pada tahun 1980 dan hampir seluruh wanita Indonesia menjadi penggunanya ([www.latulipe-id.com](http://www.latulipe-id.com)).

Peminat lipstik yang dulunya hanya diminati oleh wanita dewasa saja kini mulai berkembang di kalangan remaja. Salah satu peminat lipstik di kalangan remaja ialah Mahasiswi di Universitas Tadulako. Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini, dari hasil wawancara pada beberapa Mahasiswi Universitas Tadulako yang telah menggunakan lipstik merek *La Tulipe*, mengatakan bahwa minat

mereka memilih untuk membeli atau menggunakan lipstik merek *La Tulipe* sebagian besar dipengaruhi oleh dua hal, yaitu sikap dan norma subyektif.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh serempak dan signifikan sikap dan norma subyektif terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *LaTulipe*.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan sikap terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan norma subyektif terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

## **2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Sikap**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) sikap adalah Evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari individu terhadap suatu obyek yang relatif konsisten. Sikap menempatkan orang dalam kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau menjauhi. Beberapa komponen sikap yang menjadi dasar dalam menciptakan atribut produk (Ferrinadewi 2008):

1. Komponen Kognitif  
komponen kognitif terdiri dari keyakinan dan pengetahuan konsumen tentang produk.
2. Komponen Afektif  
Komponen afektif merupakan perasaan atau emosi kita terhadap obyek tertentu. Biasanya diungkapkan dalam bentuk rasa suka atau rasa tidak suka.
3. Komponen Konatif  
Keyakinan dan rasa suka pada suatu produk akan mendorong konsumen melakukan tindakan sebagai wujud dari keyakinan dan perasaannya.

### **Norma Subyektif**

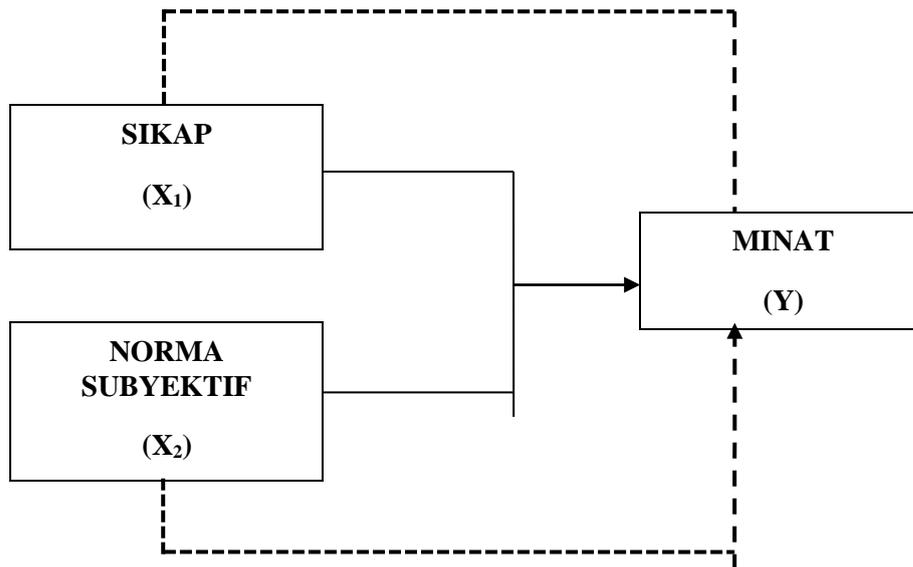
Dewi dan Ardani (2016) menyimpulkan bahwa norma subyektif merupakan keyakinan individu mengenai harapan orang-orang sekitar yang berpengaruh (*significant other*) baik perorangan ataupun berkelompok untuk menampilkan perilaku tertentu atau tidak. Norma subyektif terbentuk dari komponen keyakinan normatif dan motivasi seseorang, artinya individu dapat terpengaruh dan dapat pula tidak berpengaruh oleh pandangan orang lain.

Norma subyektif ditentukan oleh adanya keyakinan normatif (*normative beliefs*) dan keinginan untuk mengikuti (*motivation to comply*), Anggelina (2014). Keyakinan normatif (*normative beliefs*) adalah keyakinan tentang harapan normatif orang lain yang memotivasi seseorang untuk memenuhi harapan tersebut). Keyakinan normatif merupakan indikator yang kemudian menghasilkan norma subyektif (*subjective norms*), sedangkan keinginan untuk mengikuti (*motivation to comply*) merupakan keinginan individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya.

### **Minat**

Kotler & Keller (2009) menjelaskan minat atau niat adalah kecenderungan untuk melakukan tindakan/perilaku atau sesuatu yang segera mendahului tingkah laku pembelian yang sebenarnya. Tingkah laku konsumen adalah sebagai segala sesuatu yang dilakukan oleh seseorang yang berhubungan dengan memperoleh, menentukan pilihan, atau menggunakan produk atau jasa. Tingkah laku ini dapat berupa tingkah laku yang tampak (*overt behavior*) atau tingkah laku yang tidak tampak (*covert behavior*). Minat beli timbul karena adanya ketertarikan dari individu tersebut terhadap produk yang diamati dan diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk tersebut.

## Kerangka Pemikiran



Gambar.1 Kerangka Pemikiran

## Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran diatas, dugaan sementara yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini atas masalah yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Sikap dan norma subyektif secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.
2. Sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.
3. Norma subyektif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

## 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal, Menurut Sugiono (2014) penelitian deskriptif adalah penelitian untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan studi kausalitas menurut Sugiono (2014) adalah penelitian yang menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, disamping mengukur kekuatan hubungannya. Studi kausalitas mempertanyakan masalah sebab-akibat.

Menurut Sugiyono (2014) objek penelitian adalah sesuatu yang dituju peneliti dari sebuah maksud diadakannya riset penelitian untuk ditemukan pembuktian secara ilmiah. Berdasarkan pada pemahaman tersebut, maka dalam konteks penelitian ini yang dimaksud dengan objek penelitian ini adalah sikap dan norma subyektif sebagai variabel yang mempengaruhi (Independen) sedangkan variabel yang dipengaruhi (Dependen) ialah minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswi Universitas Tadulako yang berminat membeli lipstik merek *La Tulipe*. Penelitian ini dilakukan di Universitas Tadulako. Peneliti membutuhkan waktu selama 1 bulan untuk melakukan penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Universitas Tadulako yang berminat membeli lipstik merek *La Tulipe*. Populasi dalam penelitian adalah tidak terbatas. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dan menggunakan teknik purposive

sampling yaitu teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel berdasarkan dengan kriteria yang telah ditentukan.

Jumlah sampel yang akan diambil untuk mewakili populasi dalam penelitian ini sebanyak 61 sampel. peneliti merujuk pada teori Roscoe, Sugiyono (2015) bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti (*independen + dependen*). Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 2 variabel independen yaitu variabel sikap dan variabel norma subyektif serta 1 variabel dependen yaitu minat. Adapun sampel dalam penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswi Universitas Tadulako
2. Bersedia mengisi kuesioner yang diberikan
3. Belum pernah menggunakan lipstick merek *La Tulipe*
4. Berminat untuk membeli lipstick merek *La Tulipe*

### Analisis Kuantitatif

#### 1. Uji Asumsi Dasar

##### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel (pengganggu) dependen dan independen atau keduanya memiliki distribusi normal, Ghazali (2013). Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### 2. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas independen. Model regresi yang baik seharusnya antara variabel independen tidak terjadi korelasi antara variabel independen, Ghazali (2013). Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat:

1. Nilai tolerance dan lawanya.
2. VIF (*Varlance Inflation Faktors*) Jika tolerance  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$  maka menunjukkan adanya multikolinieritas, dan sebaliknya, Ghazali (2013).

##### b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali 2013) uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dari grafik, dimana sumbu X dan Y telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk menguji pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstick merek *La Tulipe*. Untuk menguji pengaruh variabel sikap dan norma subyektif terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstick merek *La Tulipe* maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \dots \quad (1)$$

Keterangan:

- a = Konstanta
- Y = Variabel Dependen
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi masing-masing Variabel
- X<sub>1</sub> - X<sub>n</sub> = Variabel Independen
- e = *Term Error* (Tingkat Kesalahan)

Apabila ditransformasikan dalam penelitian ini, maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan kembali sebagai berikut:

- a = Konstanta
- Y = Minat Mahasiswi Universitas Tadulako Membeli Liptick Merek *La Tulipe*
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi masing-masing Variabel
- X<sub>1</sub> = Sikap
- X<sub>2</sub> = Norma Subyektif
- e = *Term Error* (Tingkat Kesalahan)

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah sejauh mana kehandalan sebuah alat ukur dalam mengukur apa yang diukur dan uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel dan konstruk Ghozali (2013). Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas atas item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner penelitian terhadap variabel Sikap (X1), Norma Subyektif (X2), dan Minat (Y). Adapun hasilnya disajikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel.1  
 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Variabel	Item	Total Correlation	Ket	Cronbach Alpha	Ket
Sikap (X1)	X1.1	0.334	Valid	0.844	Reliabel
	X1.2	0.518	Valid		
	X1.3	0.718	Valid		
	X1.4	0.667	Valid		
	X1.5	0.420	Valid		
	X1.6	0.587	Valid		
	X1.7	0.719			
	X1.8	0.667			
Norma Subyektif (X2)	X2.1	0.728	Valid	0.948	Reliabel
	X2.2	0.886	Valid		
	X2.3	0.812	Valid		
	X2.4	0.791	Valid		
	X2.5	0.821	Valid		
	X2.6	0.885	Valid		
	X2.7	0.853	Valid		
	X2.8	0.807	Valid		
Minat (Y)	Y1	0.725	Valid	0.808	Reliabel
	Y2	0.756	Valid		
	Y3	0.512	Valid		

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas diperoleh bahwa seluruh variabel memiliki koefisien Cronbach Alpha (a) lebih besar dari 0,60 sehingga berdasarkan syarat minimum reliabilitas lebih besar

dari 0,60 maka seluruh variabel yang digunakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian. Sedangkan uji validitas terhadap seluruh variabel juga menunjukkan nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,30 sehingga item pernyataan yang ada valid untuk digunakan.

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk menguji pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat. Untuk lebih jelasnya hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Dependen Variabel Y = Minat						
Variabel Independen		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.354	.509		2.661	.010
	X1 (Sikap)	.310	.148	.218	2.093	.041
	X2 (Norma Subyektif)	.539	.077	.730	7.000	.000
Multiple R		= 0.678		Sig. F = 0.000		
Adjusted R Square		= 0.441		α = 0.05 tingkat kepercayaan 95%		

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat di tulis dalam bentuk persamaan regresi linear berganda. Untuk lebih jelasnya bentuk persamaan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = 1.354 + 0.310 X_1 + 0.539 X_2 + e \quad (2)$$

Berdasarkan penjabaran di atas menunjukkan bahwa, variabel independen yang dianalisis yaitu variabel ( $X_1$ , dan  $X_2$ ) memberikan pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y), yaitu minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Untuk lebih jelasnya penjelasan bentuk persamaan tersebut dapat dilihat berikut ini:

1. Nilai Konstanta sebesar 1.354, artinya jika variabel (sikap dan norma subyektif) bernilai 0, maka variabel dependen (minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*) nilainya sebesar 1.354.
2. Koefisien regresi sikap ( $X_1$ ) sebesar 0.310, artinya jika sikap naik satu satuan, maka minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe* naik sebesar 0.310.
3. Koefisien regresi norma subyektif ( $X_2$ ) 0.539, artinya jika norma subyektif naik satu satuan, maka minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe* naik sebesar 0.539.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan hipotesis pertama ( $H_1$ ) adalah untuk mengetahui apakah sikap dan norma subyektif secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Untuk lebih jelasnya hasil dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

**Tabel. 3**  
**Hasil Uji F (Serempak)**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.545	2	3.773	24.689	.000 <sup>a</sup>
	Residual	8.863	58	.153		
	Total	16.408	60			

Berdasarkan Tabel 3 di atas diperoleh Sig.F yaitu 0.000, artinya nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai yang disyaratkan yaitu  $\alpha = 0.05$  dengan tingkat kepercayaan 95%. dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel sikap dan norma subyektif secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

#### Hasil Pengujian Hipotesis Secara parsial (Uji t)

Hasil Uji t adalah untuk mengetahui apakah variabel ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Y. Untuk lebih jelasnya hasil dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

**Tabel. 4**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

	Variabel	t	Sig
1	(Constant)	2.661	.010
	$X_1$	2.093	.041
	$X_2$	7.000	.000

Berdasarkan tabel 4 di atas hasil uji t pengujian variabel ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap Y dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Hasil Pengujian Hipotesis $X_1$ terhadap Y

Hipotesis kedua ( $H_2$ ) adalah untuk mengetahui apakah sikap ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sikap ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikan sebesar 0.04. Artinya nilai tersebut < dari taraf yang disyaratkan yaitu  $\alpha = 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial sikap berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako.

#### 2. Hasil Pengujian Hipotesis Hasil $X_2$ terhadap Y

Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) adalah untuk mengetahui apakah norma subyektif ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa norma subyektif( $X_2$ ) memiliki nilai signifikan sebesar 0.000. Artinya nilai tersebut < dari taraf yang disyaratkan yaitu  $\alpha = 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako.

#### Pembahasan atau Hasil Analisis Secara Serempak

Berdasarkan hasil pengujian serta analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini membuktikan bahwa sikap dan norma subyektif secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Berdasarkan tabel rekapitulasi regresi linear berganda dapat dilihat pengaruh hasil uji determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0.441. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa seluruh dimensi bebas yakni sikap dan norma subyektif mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 44,1% terhadap variabel terikat yaitu terhadap minat Mahasiswi

Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Sedangkan sisanya ( $100\% - 44.1\% = 55.9\%$ ), dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti misalnya variabel *behavioral control*, dan lain-lain.

Adapun tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas yaitu sikap dan norma subyektif terhadap variabel terikat yaitu minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*, dapat dilihat dari nilai *Multiple R* sebesar 0.678 atau 67.8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel bebas berhubungan cukup erat terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggreini (2013), Wiyana & Japariato (2014) dan Imelda,dkk (2014) yang menyatakan bahwa sikap dan norma subyektif secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat Konsumen.

### **Pembahasan atau Hasil Analisis Secara Parsial**

#### **Sikap ( $X_1$ )**

Sikap merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan tindakan pembelian. Sikap adalah sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap terhadap objek yang dinilai.

Dimensi sikap terdiri dari keyakinan terhadap atribut produk dan evaluasi atribut produk. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur sikap adalah keyakinan akan daya tahan produk, keyakinan akan varian warna produk, keyakinan akan harga produk yang sesuai dengan harga pasaran, keyakinan bahwa produk memiliki kemasan yang menarik, evaluasi akan daya tahan produk, evaluasi akan varian warna produk, evaluasi akan harga produk yang sesuai dengan harga pasaran, evaluasi bahwa produk memiliki kemasan yang menarik.

Penelitian yang dilakukan pada variabel sikap dimana evaluasi akan daya tahan produk merupakan indikator yang dominan dipilih oleh responden. Berdasarkan dasar interpretasi mean dimensi, evaluasi akan daya tahan produk, memiliki pengaruh yang rendah terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur sikap berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Hal ini menunjukkan bahwa sikap dapat mempengaruhi minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggreini (2013) yang membuktikan bahwa sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen obyek Agrowisata Pagilaran di Kabupaten Batang, Wiyana & Japariato (2014) yang membuktikan bahwa sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian Harian Kompas di Surabaya dengan minat beli sebagai variabel intervening, dan Imelda, dkk. (2014) yang membuktikan bahwa sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen (studi pada pengguna Refill Tinta Printer Dataprint di Banjarmasin).

#### **Norma Subyektif ( $X_2$ )**

Norma subyektif merupakan persepsi dari seseorang yang akan mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan tindakan, dimana norma subyektif menunjukkan sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian.

Dimensi norma subyektif terdiri dari keyakinan normatif dan motivasi mematuhi. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur norma subyektif adalah keyakinan akan pendapat orang tua, keyakinan akan pendapat saudara, keyakinan akan pendapat teman, keyakinan akan saran dari sales kosmetik langganan, motivasi untuk memenuhi anjuran orang tua, motivasi untuk mengikuti pendapat saudara, motivasi untuk mengikuti pendapat teman, motivasi untuk mengikuti saran dari sales kosmetik langganan.

Penelitian yang dilakukan pada variabel norma subyektif dimana motivasi untuk mengikuti pendapat teman merupakan indikator yang dominan dipilih oleh responden. Selain itu motivasi untuk mengikuti pendapat saudara juga merupakan indikator yang dapat meningkatkan minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*. Hal ini menunjukkan bahwa norma subyektif dapat mempengaruhi minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggreini (2013) yang membuktikan bahwa norma subyektif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen obyek Agrowisata Pagilaran di Kabupaten Batang, Wiyana & Japariato (2014) yang membuktikan bahwa norma subyektif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian Harian Kompas di Surabaya dengan minat beli sebagai variabel intervening, dan Imelda, dkk. (2014) yang membuktikan bahwa norma subyektif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen (studi pada pengguna Refill Tinta Printer Dataprint di Banjarmasin).

## 5. PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, maka diperoleh kesimpulan mengenai pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat Mahasiswi Universitas Tadulako membeli lipstik merek *La Tulipe*.

1. Sikap dan Norma Subyektif secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswi Universitas Tadulako Membeli Lipstick Merek *La Tulipe*.
2. Sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswi Universitas Tadulako Membeli Lipstick Merek *La Tulipe*.
3. Norma Subyektif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswi Universitas Tadulako Membeli Lipstick Merek *La Tulipe*.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran-saran yang tepat menyangkut kegunaan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kepada PT. REMBAKA (*La tulipe Cosmetics*) perlu untuk mengikuti trend perubahan sikap konsumen melihat nilai mean pada sikap konsumen bahwa indikator evaluasi akan varian warna produk memiliki nilai mean paling rendah dibanding indikator lainnya yaitu sebesar 1.91, maka PT. Rembaka perlu untuk memperhatikan trend warna masa kini.
2. Kepada PT. REMBAKA (*La tulipe Cosmetics*) perlu untuk meningkatkan kemampuan sales dalam meyakinkan konsumen agar berminat melakukan pembelian. Misalnya seperti melakukan *training* dan evaluasi.
3. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain, selain yang digunakan dalam penelitian ini sehingga lebih dapat mengukur sebab-sebab yang mempengaruhi minat beli konsumen memilih lipstik merek *La Tulipe*, selain itu juga diharapkan untuk menggunakan ukuran sampel yang lebih besar dari jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sehingga keakuratan hasil penelitian akan lebih terjamin.

## 6. REFERENSI

- Angelina, Jessvita dan Japariato, Endwin (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjektive Norm dan Perceived Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Departemen Store di Tanjung Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, (2014) 1-7.
- Dewi, Ni Putu Ratih Astarini dan Ardani, I Gusti Agung Ketut Sri (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via Online Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.1, 2016: 650-677 ISSN: 2302-8912
- Ferrinadewi, Erna (2008). *Merek & Psikologi Konsumen (Implikasi Pada Strategi Pemasaran)*, cetakan pertama. Penerbit Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21*, Edisi 7. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Imelda, Sri. Rofi'i, dan Huwaida, Hikmayanti (2014). Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Pengguna Refill Tinta Printer Dataprint di Banjarmasin). *Jurnal*. Vol XI, No.2 – 2014 ISSN : 1693-4474
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Amaliah, D.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2 Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan. Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Cetakan Ke-18. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015). "*Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*". Bandung: Alfabeta

Wiyana, Anna Erika Christin dan Japariato, Edwin, S.E., M.M. (2014), *Pengaruh Sikap Pembaca dan Norma Subyektif Terhadap Perilaku Pembelian Harian Kompas Di Surabaya Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol 2, No.1, (2014), Universitas Kristen Petra, Surabaya.

#### **Pustaka Online**

Citra Cendikia Indonesia. [www.cci-indonesia.com](http://www.cci-indonesia.com) Diakses 03 Juli 2017 Pukul. 09:10 WITA

Dunia industri Kosmetik <http://duniaindustri.com/pasar-industri-kosmetik-diestimasi-tumbuh-9-jadi-rp-643-triliun/> Diakses 02 Juli 2017 Pukul. 10:45 WITA

Majalah MIX Archives – SWA.co.id. <http://swa.co.id/tag/majalah-mix>. Diakses pada tanggal 2 juli 2017 pukul. 15.20 WITA

Sejarah PT. REMBAKA. [www. latulipe – id.com](http://www.latulipe-id.com). Diakses 01 Juli 2017 Pukul 09:00 WITA

Top Brand Award. 2016-2018. Top Brand Awards. Online. [www.top-brand.com](http://www.top-brand.com). Diakses 01 Juli 2017 Pukul 09:00 WITA